第２章　電子書籍概論

２．１　出版社と電子書籍

２．１．１　電子出版としてのCD-ROM

1985 年 10 月、三修社が『最新科学技術用語辞典』（定価 6 万円）を発売したのが、CD-ROM の商品化第 1 号と言われている。そして 2 年後の 1987 年 7 月に岩波書店が『広辞苑』CD-ROM 版（定価 2 万 8,000 円）を発売したことで、広く社会に認知された。1988 年には『現代用語の基礎知識』（自由国民社、定価 2 万円）、『職員録』（大蔵省印刷局、定価 2 万円）、『模範六法』（三省堂、定価 12 万円＝CD-ROM3 万円+検索ソフト 9 万円）などが刊行された。なお『広辞苑』『現代用語の基礎知識』『模範六法』は当初、富士通製日本語ワードプロセッサー「OASYS100-CD」でしか稼動しない「WING フォーマット」のみであった。

1988 年 4 月に日本経済新聞社が日本電子出版協会の協力を得て開催した「EP’88 第 1 回電子出版システム展」では紀伊國屋書店、日外アソシエーツ、日立製作所の 3 社共同による CD-ROM を使った電子出版情報サービス「電子書斎バイブルズ」をはじめ、CD-ROM 商品を 17 社が出品するなど、1980 年代後半には CD-ROM を中心とする電子出版への期待が高まっていた

「電子書斎バイブルズ」は図書内容情報、新聞雑誌記事情報、人物情報、辞典、事典、世界各国情報などを CD-ROM に収録したもので専用検索機、CD-ROM ドライブ、検索ソフトと 10 種類の情報ソフトを含めたシステム価格は 128 万円（5 年リース月額 2 万 5000 円）を設定し、企業、大学、官公庁などを対象に販売が行われた。

また日本図書館協会は 1988 年 4 月、大日本印刷の技術協力により、国立国会図書館の『日本全国書誌』をもとにした「JAPAN MARC」の CD-ROM 版『J-BISC』を発売した。1 枚の CD-ROM に約 10 年間分、50 万点の書誌データが収録されたもので、これまでの磁気テープ（MT）での提供では年 4 巻で 80 万円だったため大型コンピュータが導入された 38 機関に限られていたのが、CD-ROM 化することによって年 4 回のデータ更新で年間 12 万円と公共図書館、短期大学、高等学校の図書館にも購入の道が開かれたのである。つまり、この時期には書誌情報検索の分野における CD-ROM の至便性も注目されたのである。

このような CD-ROM 出版への期待を背景に、規格標準化の動きも急速に展開した。日本電子出版協会（前田完治会長＝当時）は、ISO（国際標準化機構）で承認された CD-ROM の国際的な標準規格を基に日本の実情に合わせて標準化を進め、1988 年 3 月に開催した臨時総会で日本電子出版協会システム標準化委員会およびワーキンググループがまと

めた「日本語対応 CD-ROM 論理書式に関する標準化案」を承認した。

日本電子出版協会は、1988 年 9 月には標準規格による CD-ROM のサンプルディスクを 1 万枚製作し、CD-ROM 商品および標準規格の普及を図ることに努めた。

そして 1989 年 7 月、この標準規格に基づく CD-ROM「和同開珎」の開発に成功したと発表した。この CD-ROM「和同開珎」には通商産業省（当時）、国立国会図書館、アスキー、岩波書店、学習研究社、新学社、東洋経済新報社、日外アソシエーツなど 22 社・団体が提供した出版コンテンツを収録しており、「PC9800」（日本電気）、「FMR」（富士通）、「B16」（日立製作所）などをはじめとする、マイクロソフトの基本ソフト（OS）“MS-DOS”が動作するパソコンで読み出しができるようになったのである。ただし、個別コンテンツの対応については、なおハードウェアに依存するものであった。

２．１．２　「電子ブックプレイヤー」と「電子ブック」の登場

CD-ROM を利用するためにはパソコンのほかに CD-ROM ドライブやインターフェイスボードといったシステムが必要で、CD-ROM ドライブだけでも当時の価格で 20 万円以上はしていた。そのため 1980 年代の CD-ROM 出版は個人ユーザー向けではなく、図書館や研究所といった機関ユーザーを販売対象としており、CD-ROM 自体の販売価格も非常に高額であった。このような制約を乗り越えて、個人ユーザー向けの CD-ROM 市場を開拓したのがソニーであった。

1990 年 7 月、ソニーは 8 センチ CD-ROM 専用の電子ブックプレイヤー「データディスクマン DD-1」を発売した。付属の「電子ブック」は三省堂の『現代国語辞典』『ニューセンチュリー英和辞典』『クラウン和英辞典』『コンサイス外来語辞典』『ワープロ漢字辞典』が 1 つに入った 8 センチ CD-ROM で、これらの辞書 5 冊で約 17 万語が収録されていた。そのコンテンツを検索するのが電子ブックプレイヤー「データディスクマン DD-1」であり、付属品としては電子ブックのほかにビデオ接続コード、充電式バッテリーパック、単 3 電池ケース、AC パワーアダプターがセットされていた。

出版社はソニーの「データディスクマン DD-1」の発売に合わせて「電子ブックコミッティー」を共同で設立し、別売ソフトとして『広辞苑　電子ブック版』（岩波書店、7,500 円）、『現代用語の基礎知識　電子ブック　1990 年版』（自由国民社、3,800 円）など 18 タイトルを発売し、その後もタイトルを増やした。本報告書のインタビュー調査でも PHP 研究所が『間違いことばの辞典』、また小学館もコンテンツを提供したと答えている。

ソニーに続いて三洋電機、松下電器産業、NEC が電子ブックプレイヤーを発売するが、その後、パソコンに CD-ROM ドライブが標準装備されるようになると、電子ブックプレイヤーはその役割を終えることとなる。例えば 1995 年に Windows 版エキスパンドブックを発売したボイジャージャパン、新潮社、NEC インターコンチネンタルの 3 社が『C

D-ROM 版　新潮社文庫の 100 冊』（CD-ROM1 枚、1 万 5,000 円）を共同制作し、冊子体よりも安価であったことから読者に受け入れられた。また縦書きルビ付き表示、マルチメディア注釈機能、検索機能などがコンピュータと読書を結びつける新しいスタイルとして注目された。

電子ブックプレイヤーは、今日では辞書コンテンツを半導体メモリに収めた専用機としての電子辞書に引き継がれているといえよう。『電子書籍ビジネス調査報告書 2007』によると、電子辞書市場は 2007 年に 300 万台、650 億円、平均単価 2.17 万円と推計（カシオ計算機公表資料より/予測値）されているが(1)、本報告書では電子辞書を電子書籍に含めず、調査の対象とはしていない。

２．１．３　CD-ROM 出版その後の展開

1990 年代に入り、CD-ROM 出版に新たな展開があった。

1991 年 9 月、岩波書店、ソニー、大日本印刷、凸版印刷、富士通の 5 社は「EPWING コンソーシアム設立発表会」を開催し、CD-ROM の標準規格として「EPWING 規約」を制定し、この規約に基づく CD-ROM 検索システムおよび CD-ROM 出版物の普及を目指す機関としてコンソーシアムを 1991 年 10 月に設立した。この規約に則って出版された CD-ROM は『CD-ROM 最新医学大辞典』（医歯薬出版）、『角川新類語辞典』（角川書店）、『ニューセンチュリー英和・新クラウン和英辞典』（三省堂）、『ワードハンター―マルチ ROM 辞典』（三省堂）、『現代用語の基礎知識 1992 年度版 CD-ROM』（自由国民社）などである。

また 1992 年、化学メーカーのクラレはこれまでの CD-ROM 出版にくらべて数分の一のコストで出版を可能にする「PICTO-ROM」システムを開発した。また絶版や品切れ本、あるいは紙で復刻することを考えていた出版物を CD-ROM 化することで再び読者に提供できないかという出版社の発想から、「PICTO-ROM 出版研究会」（代表幹事：清田義昭出版ニュース社代表）も発足した。PICTO-ROM は、従来の文字情報を基本に検索機能を付加したシステムと異なり、光磁気ファイリングによって取り込んだイメージ情報を CD-ROM に転写し、ディスプレイ上では図版・写真など入力画面をそのまま再現するデータベースシステムである。この PICTO-ROM を経葉社が改良を重ねて「経葉」というソフトウェアを作り、その商品化第 1 号として大正・昭和初期の文芸投稿誌『文章倶楽部』が 1995 年 8 月に八木書店から発売された。続いて 1996 年 11 月には、活版印刷の衰退により当時絶版状態であった『マルクス＝エンゲルス全集』が、大月書店から発売されて話題となった(2)。

また百科事典の分野でも CD-ROM 化が急速に進展する。すでに 1988 年 10 月、TBS ブリタニカは『ブリタニカ国際大百科事典』（全 29 巻）のうち小項目事典 6 巻分を 1 枚の CD-ROM に収めた『賢作くん』を総合辞典の分野で初めて開発したと発表していた。

しかし、1993 年にアメリカで 1 枚の CD-ROM として発売されたマイクロソフトのマルチメディア百科『エンカルタ　エンサイクロペディア』の日本語版が、1997 年 2 月に刊行され、百科事典分野における CD-ROM 化が注目を集めたのである。

『エンカルタ　エンサイクロペディア』日本語版は、冊子体の百科事典とは異なり約 1 万 8,000 項目の解説文中に 10 万 5,000 を超えるリンクが張られ、瞬時に関連項目へジャンプすることが可能であった。百科事典の CD-ROM 化はこのように保管場所をとらないということだけなく、これまでの知識へのアクセスのしかたそのものを変化させるものであったと言ってよい。

日本の出版社は 1997 年に日立デジタル平凡社が『マイペディア 97』、1998 年に『世界大百科事典』を CD-ROM として発売した。『世界大百科事典　CD-ROM　プロフェッショナル版』（刊行記念特別定価 5 万 7,000 円）は、48 万項目から索引検索、本文 7,000 万字から全文検索、人名、地名などのグループ 1,600 項目から項目グループ検索が可能で、同一画面で参照できるマルチウィンドウや必要なページを精細にプリントできる機能などを特徴としていた。

小学館も 1998 年、『日本大百科全書』と『国語大辞典』を合わせて CD-ROM 化、音声、動画、静止画も収録し、インターネットにアクセスできることを特徴とした『スーパー・ニッポニカ　日本大百科全書+国語大辞典　CD-ROM 版』（4 枚組、7 万 8,000 円）として発売した。

百科事典の CD-ROM 化競争は 1999 年になると今度は DVD-ROM 化へと進展していく。日立デジタル平凡社は全 35 巻の『世界大百科事典』を DVD-ROM1 枚に収録した『世界大百科事典　第 2 版　プロフェッショナル版　プレミアム』（4 万 8,000 円）、競合するマイクロソフトも DVD-ROM 版の『エンカルタ総合大百科 2000』（オープン価格）、小学館は 2000 年に『スーパー・ニッポニカ 2001　日本百科全書+国語大辞典 DVD-ROM 版』（発売事前予約価格 3 万 4,000 円）を発売した。ちなみに現在では小学館の『日本大百科全書』は絶版であるが、2008 年 11 月、Yahoo! JAPAN と提携し、「Yahoo! 百科事典」として、毎月、新たな項目やマルチメディア・データを追加する形で、ウェブサイト上での無料公開を開始している(3)。これは 2001 年にアメリカで始まった Wikipedia(ウィキペディア)のようなインターネット上にボランティアが作り上げる無料の百科事典とは異なり、各分野の権威の手で編纂されたことが強調されているネット百科である。

一方、冊子体で 1977 年から発売されてきた日本書籍出版協会の『日本書籍総目録』が 2001 年版をもってその刊行を中止し、2002 年版から CD-ROM 化され『出版年鑑　2002 年版』とセットで発売されたことは、「『本の本』が本でなくなる!?」と報道され話題を集めた(4)。これは 1997 年 9 月、日本書籍出版協会が書籍検索サイト「Books」（http://www.books.or.jp）を開設し、『日本書籍総目録』のデータを無料公開したため、冊子体の販売が激減したためであったが、CD-ROM 版も『出版年鑑　2004 年版』のセット販売を

最後にその刊行を中止した。CD-ROM がパッケージ系メディアであることの制約から、データが日次更新される「Books」に移行したという点で、まさに情報検索の局面における CD-ROM の限界を象徴する出来事であったと言えよう。

２．１．４　「電子書籍コンソーシアム」の実証実験

日本の出版業界における電子出版の歴史を語る上で欠かすことができないのが、「電子書籍コンソーシアム」の実証実験である。これはデジタル化された出版コンテンツを通信衛星の回線を用い、全国の書店、コンビニエンスストア、大学生活協同組合に配信し、そこに置かれた販売端末から「Clik!」という記憶媒体にダウンロードして高精細度液晶読書専用端末で読むという次世代電子書籍システムの実証実験であった。

電子書籍コンソーシアムはこれまで先進的に電子出版にかかわってきた出版社が発起人企業となり、1998 年 10 月の設立総会で正式に発足した。

この電子書籍プロジェクトの特徴は、まず紙の本のもっている特性を継承させるために安くて持ち運びに便利な高精細度液晶の読書専用端末を開発したことである。また、書籍の電子化を安く大量に行うために紙の本を画像データとして取り込む技術を使ったこと。さらに、画像データの宿命である大容量化に対応するため、情報の配信経路としては通信衛星、光ファイバーなどを使ったことが挙げられる。

このプロジェクトは 1998 年、政府の「先進的情報システム開発実証事業」に応募し、8 億円の予算を獲得し「ブック・オン・デマンド総合実証実験」として始まった。実証実験の概要は次のようなものである。

第 1 に、電子化センターで紙の本として発行された書籍を高画質の画像処理をしながらスキャナで画像として取り込む。実験期間中に約 5,000 タイトルの電子書籍が用意された。

第 2 に、配信センターで電子書籍の情報を蓄積管理して、衛星やインターネットに配信する。

第 3 に、販売端末を書店、コンビニエンスストア、大学生活協同組合に 20 台設置する。一方、インターネットで読者のパソコンに直接、配信することも実験に取り込む。

第 4 に、読書端末は高精細度の液晶を使った読書専用端末を 500 台用意し、モニターに提供する。一方、パソコンで読む人のために PC ビューワを配布する。

この実証実験は 1999 年 11 月 1 日に始まり、コンテンツの販売期間が 2000 年 1 月 31 日まで、電子書籍リーダーの利用機関が 2000 年 2 月 19 日まで、PC ビューワの利用機関が 2000 年 3 月 31 日までとなっていた。また、募集人員は電子書籍リーダー協力読者

が 500 人、PC ビューワ協力読者が 1,000 人、コンソーシアムに参加している企業は 145 社であった。

この「電子書籍コンソーシアム」が画期的であったのは、これまでの CD-ROM や「電子ブック」などのハードメーカー主導型ではなく、出版社主導型の組織であったこと。また、これまでの CD-ROM が検索機能や音声が出ることを強調されすぎたことの反省から、読書端末として文字が正しく表現できるモノクロの高精細度の液晶の開発に力点が置かれたことである。

2000 年 3 月、この実証実験の結果が『電子書籍コンソーシアム成果報告書』としてまとめられ、公表された。この報告書によると、テスト用データとしては販売に提供されたコンテンツ総数は 3,464 点であった。そして実験に参加した読者のアンケート結果では、電子書籍リーダーの評価は必ずしも高いものではなかった。読書専用端末が重く、片手で持ちにくいこと。電池寿命が短いこと。この実験のために開発された記憶媒体「Clik!」の容量が小さく、2 枚目を購入しようとすると価格が高いこと。電子書籍の購入手順が煩雑で、購入に要する実時間が思ったよりかかること。また読書専用端末での読書そのものに抵抗感があること、などが指摘されている。

電子書籍コンソーシアムの実証実験はその後、日本の出版業界の中でそのまま事業として立ち上げられたわけではない。しかし、この実証実験によって少なくとも国の予算で 3,464 点の電子書籍のコンテンツが出現したことの意義は大きく、その後の電子出版へとつながっていくのである。

２．１．５　「電子文庫パブリ」と出版社

1999 年 12 月、「電子文庫出版社会」が発足する。これは角川書店、講談社、光文社、集英社、中央公論新社、徳間書店、文藝春秋の 8 社が共同で「電子文庫」をインターネット経由でダウンロード販売することに合意し、2000 年にオープンすると発表したのである。このように出版社が共同で電子書籍を販売することは日本の出版業界では初めての事例で、ネット上のモールの名称を「電子文庫パブリ」とした。

2000 年 9 月にスタートした「電子文庫パブリ」では、電子書籍コンソーシアムの実証実験とは異なり、画像データではなくテキストデータを扱い、パソコンや PDA(携帯情報端末)などの既存のインフラを視野に入れて事業展開を図った。

その後、小学館、祥伝社、筑摩書房、双葉社、学習研究社が加わり、会員社は 13 社（2009 年 1 月現在）となっている。

今日では著者が出版社と交わす出版契約に「第 1 条（独占出版の許諾）」の「表記の著作物を独占的に複製・譲渡することを許諾する」の次に「2　前項の許諾には、オンデマンド出版またはオンライン出版で頒布することを含む」と明記していることが通例だが、電子書籍販売サイトが現れ始めたころにはこのような規定は一般的ではなかった。したが

って、文庫を持っていない出版社が既刊の単行本を他社に「文庫化」されてしまう事態と同じように、「品切れ重版未定」の状態で置いていた出版社の頭越しに、著者がコンテンツプロバイダーの勧めに従って電子書籍化する契約を結ぶということも起こり得た。出版社が電子書籍をラインアップしておく今日の動向にはこのような戦略も垣間見られるのである。

２．１．６　読書専用端末と「電子書籍元年」

2004 年、読書専用端末であるΣブックと LIBRIe が発売され、これまで電子書籍に取り組んできた出版社、コンテンツプロバイダーなどの関係者からは今度こそ「電子出版元年」であると期待の声が高まった。

2003 年 4 月、松下電器は読書専用端末「Σ（シグマ）ブック」を発表し、出版社や印刷会社は 2003 年 9 月に任意団体「電子書籍ビジネスコンソーシアム」（発起人：勁草書房、松下電器産業・パナソニックシステムソリューションズ社、東芝、イーブックイニシアティブジャパン、大日本印刷、丸三書店、ハドソン、ソフトバンクパブリッシング、ケンウッド、弘文堂、旭川富貴堂、イースト、平凡社、デジタルパブリッシングサービス、図書印刷、原書房、旭屋書店、凸版印刷、岩波書店の 19 社）の発起人会を開催した。

Σブック（本体希望小売価格 3 万 7,900 円・税別）は 2004 年 2 月、全国の 46 書店とその書店の通販サイトなどで発売された。Σブックのコンテンツ提供サイトやイーブックイニシアティブジャパンが運営する電子書籍販売サイト「10daysbook」などで購入した小説やマンガなどを SD カードに入れ、端末機で購読するしくみである。当時のカタログによると「持ち運びが便利：A5 判とほぼ同じ大きさの約 520g の軽量・コンパクト設計」「目に優しい：約 7.2 インチの反射型・液晶モニター」「長時間使える：単 3 電池 2 本で約 3 ヶ月使える日本初・記憶型液晶採用（1 日約 80 ページ閲覧時）」「大容量メモリー：SD メモリーカードにお好きな本を記憶。自分だけの書棚が手のひらに!!」の 4 つのポイントが強調されていた。

Σブックがなぜ家電店ではなく、まず書店で販売されたのかには理由がある。Σブックの開発に取り組んできた早川佳宏・パナソニックシステムソリューションズ社電子書籍事業リーダーは、コンテンツ配信系の新ビジネスを立ち上げるために協力を得ようとイーブックイニシアティブジャパンの鈴木雄介社長を訪ねた。そこで、見開きで印刷と同じくらい高精度でルビまで液晶に表示する読書専用端末の必要性、そして家電ではなく本として書店と協力することが大切だという鈴木社長の提案を聞いたからである(5)。

Σブックは 2004 年 2 月、青山ブックセンター、旭屋書店、紀伊國屋書店、ジュンク堂書店、丸善、八重洲ブックセンターの 6 社・48 店舗とそれぞれの書店サイト、そして松下電器産業のサイト「パナセンス」で予約受付、販売を行い、初回 200 台が発売早々品切れになる出足であったが、その後は売れ行き不振から販売を中止。Σブックに続き 200

6 年 12 月に発売された第 2 世代の読書端末である「WordsGear(ワーズギア)」（松下電器、角川モバイル、東京放送の共同出資会社「ワーズギア」が発売・コンテンツは電子書籍サイト「最強☆読書生活」などが販売）は、書籍のほか音楽、動画、静止画が再生できるものであったが、これも現在では生産を完了している。

一方、ソニーも読書専用端末「LIBRIe（リブリエ）」を 2004 年 3 月に発表し、それに先立つ 2003 年 11 月に電子書籍事業会社として「パブリッシングリンク」（講談社、新潮社、ソニー、大日本印刷、凸版印刷、筑摩書房、NOVA、読売新聞グループ本社、朝日新聞社、岩波書店、角川書店、光文社、ソニーマガジンズ、東京創元社、文藝春秋、15 社が出資）を設立した。パブリッシングリンクが提供する電子書籍サービスは「Timebook Town」と呼ばれ、ダウンロードから 2 ヶ月間が過ぎると書籍データにはスクランブルがかかり、読めなくなる閲読期間限定のサービスである。月額 210 円で会員登録を行い、1 冊につき 315 円の利用料金を支払うほか、割引サービスやサービスメニューも提供する。

そして 2004 年 4 月、ソニーマーケティングから LIBRIe（オープン価格、市場販売推定価格 4 万円前後）が発売された。LIBRIe はパソコンにダウンロードした電子書籍データを本体内蔵メモリやメモリスティックに記録して閲覧するもので、本体内蔵メモリは約 10MB で、1 冊 250 ページの書籍なら約 20 冊分を記録することができる。表示部分には新たに開発した「E INK（イーインク）方式電子ペーパー」技術によって紙のような表示をめざしている。本体の厚さは 13 ㎜で、重量は 190ｇ。単 4 電池 4 本で本体を標準モードに設定した場合、約 1 万ページの閲覧が可能という。

2007 年 9 月、パブリッシングリンクは電子書籍配信事業を独立法人化し、新会社「タイムブックタウン」を発足させたが、これはソニーが LIBRIe の新機種開発を凍結し、事実上読書専用端末事業から撤退することを受けたものであった。その後、Timebook Town は 2008 年 4 月 1 日付けで「サービス終了のお知らせ」を以下のようにサイト上で告知した(6)。

サービス終了日：終了するサービス

2008年09月30日：入会受付終了

2008年12月25日：コンテンツ販売終了

2009年02月28日：すべてのサービス(Timebook Town でのコンテンツ販売、会員向けサービス、Web サイト、カスタマーサポートを含むすべてのサービス)を終了

パナソニック（松下電子産業が 2008 年 10 月 1 日付で社名変更）システムソリューションズ社も 2008 年 10 月 1 日付で「ΣBook.JP、最強☆読書生活（PC 版）の、閉店のお知らせ」として、2008 年 9 月 30 日の営業を最後に閉店したことをホームページ上で告

知している[7]。

このような読書専用端末の開発と販売中止の経緯を見ると 2004 年もまた「電子書籍元年」ではなかったことが判明するのである。

２．１．７　読書専用端末から汎用型デバイスへ

日本における読書専用端末が相次いで挫折していく中、2007 年 9 月にボイジャージャパンはオンライン書店や「青空文庫」からダウンロードして iPod touch やプレイステーションポータブル（PSP）で読むサービスを開始し、任天堂は 2007 年 10 月にニンテンドーDS で読む『DS 文学全集』（メーカー希望小売価格 2800 円）を発売している。つまり読書専用端末は読者に支持されず、携帯電話、iPod touch、PSP、DS といった汎用型デバイスが注目されているのが現状と言えよう。

例えば DS に関しては、携帯ゲーム機の動画ソフトなどを販売する「am3」に大日本印刷が筆頭株主として資本参加し、2008 年 7 月から「DSVision.jp」サービスという DS 向けコンテンツの配信事業を開始した。これはインターネットを使って DS 及び DS Lite の端末にゲーム以外の電子書籍や動画、音楽などのコンテンツをダウンロードできるサービスである。ダウンロードには専用の「microSD カード」とカードを格納して DS で読み込めるようにする専用のアダプタ、カードをパソコンに接続するための USB カードリーダーが必要ではあるが、2 ギガのカードに書籍 4,000 冊分、コミック 200 冊分、映画 16 本分の収録が可能である。

また 2008 年 7 月に日本でも発売された iPhone3G は、これまでの多くの携帯電話とは異なり、キーパッドが存在せず、タッチパネルによるインターフェイスを採用している。電子書籍を読む場合、iPhone 上から App Store（Apple の iPhone 3G および iPod touch 向けに開発された配信チャネル）にアクセスして、購入したいタイトルのページにジャンプする。そこから画面の指示にしたがって購入することになる。

ところで読書専用端末が普及しないことについて、筑瀬重喜・朝日新聞大阪本社グループ戦略本部主査は「シグマブック以降のすべての読書端末は、『どれだけ画面が精細で紙に近いか』『どれだけペーパーライクか』を競っている」と批判的に検証し、実際に電子書籍コンソーシアム実証実験のモニターに参加した経験から次のように結論づける。

> 「電子書籍が受け入れられるのは、特定の種類の読書だけであり、それ以外では身体が拒むからである。つまり直読型文章を通読ないし検索する読書と、解読型文章を検索するタイプの読書は電子書籍に適している。だが、解読型の文書を通読するタイプの読書（これが大半の読書を占める）には、電子書籍は適合しないのである。」[8]

ここでいう直読型文章とは「駐車禁止」のような瞬時に理解できるタイプの文、解読型

文章とは文芸や教養書、新聞などの文であり、「解読型の文を通読の意図で持って読むこと」は書籍、「直読型の文を通読の意図を持って読むこと」はケータイ小説、「直読型の文を検索の意図を持って読むこと」は電子辞書、「解読型の文を検索すること」は文学研究などで調べる場合に対応すると、「文の性質」と「読み手の態度や姿勢」の二つの軸をもとにマトリックスを描いて説明している。

つまり読書専用端末の失敗は、紙や書籍の代替としては社会に受け入れられないことにあり、ケータイ小説や電子コミックが受け入れられたとしても電子書籍への全面移行にはならないとする「読み手」を視野に入れる立場からの批判である。

２．１．８　アマゾン「Kindle」と「なか見！検索」

日本では読書専用端末が一般読者に受け入れらないことが次第に明らかになってきた頃、2007 年 11 月に米国のアマゾンが読書専用端末「Kindle（キンドル）」（発売当初価格は 399 ドル、約 4 万円）を販売した。Kindle は通信機能を有しているという点において、従来の読書専用端末と一線を画していた。利用者は無線 LAN で接続した端末を通じ、“amazon.com”に設けられた“Kindle Store”から書籍を選んでコンテンツを購入できる。アマゾンが用意した電子書籍は、発売当初の段階で 9 万タイトルにも及び、ベストセラー本も紙よりかなり安い 9.99 ドルで購入できる。つまり音楽コンテンツにおけるアップルの iPod と iTunes の関係と同じように、電子書籍の分野でブレークする可能性もあり得ると指摘する論者は多い。

ところで日本で 2005 年 11 月にサービスが始まったアマゾンジャパンの書籍全文検索サービス「なか見！検索」は、2008 年 10 月 31 日現在、参加出版社数約 1100 社、和書 7 万点が登録済みである。また 2008 年 1 月 30 日にアマゾンジャパンが発表した 2007 年と 2006 年の和書の出版社別売上げランキング上位 100 社のうち「なか見！検索」に参加している出版社は 59 社であった(9)。キーワードで検索して書籍の本文を確認するという購読スタイルは、いわば紙の本ではリアル書店の立ち読みに該当する。

では紙の本をオンライン書店で取り寄せることなく、通信機能をもった読書専用端末で購入して、読むという読書スタイルははたして出現するのであろうか。

米国で発売された Kindle はアマゾンによれば「1.読みやすいディスプレー（電子ペーパー採用）、2.直感的インターフェース（取扱説明書不要）、3.PC 接続不要（携帯データ通信内蔵）、4.豊富なコンテンツ（書籍、新聞・雑誌：18.5 万冊以上）」を特徴としている。日本での発売時期について筆者は 2008 年 11 月、アマゾンジャパンの関係者に直接質問したが未定とのことであった。